

ISSN 2088-5415 (Print)

ISSN 2355-5777 (Online)

<https://jurnal.ugm.ac.id/kawistara/index><https://doi.org/10.22146/kawistara.44157>**JURNAL KAWISTARA**

VOLUME 10

No. 3, 22 Desember- 2020

Halaman 295 – 309

**MODEL PENGEMBANGAN PARIWISATA KREATIF
UNTUK MENCAPAI KEBERLANJUTAN
DI DESA WISATA KASONGAN****CREATIVE TOURISM DEVELOPMENT MODEL TO ACHIEVE SUSTAINABILITY
IN KASONGAN TOURISM VILLAGE****¹ Woro Swesti*Program Studi Kajian Pariwisata Sekolah Pascasarjana
Universitas Gadjah Mada*John Soeprihanto²*

Fakultas Ekonomi dan Budaya, Universitas Gadjah Mada

Dyah Widiyastuti³

Fakultas Geografi, Universitas Gadjah Mada

Submitted:14-03-2019; Revised: 25-07-2020; Accepted:25-07-2020

ABSTRACT

Along with the development of cultural tourism, which not only places tourists as “spectators”, the development of Kasongan Tourism Village as a creative tourism destination is expected to maximize the potential of existing cultural tourism through the craft uniqueness in Kasongan. Unfortunately, Kasongan Tourism Village is currently dominant in its efforts to fulfill the supply of the pottery industry as a trading commodity rather than the purpose of tourism development. This research is a qualitative research with a case study method. The technique of collecting data is done by interview, observation, and literature study. Data analysis in this study used the Spradley qualitative data analysis model. The results of the study show that the current stage of tourism development in Kasongan according to the concept of Tourism Area Life Cycle is in the second stage (the involvement phase). To improve the development of tourism in Kasongan Tourism Village in development phase, the authors propose a creative tourism development model. The creative tourism development model in Kasongan Tourism Village is a combination of conditions of internal and external factors that require interference from institutions that have serious attention to tourism. The creative tourism development model in Kasongan is based on the creative industry's business pattern of handicrafts subsector, which tourism plays the role as an added value that makes the commercial value turns out to be able exceed the business/craft industry itself. At the end, the application of creative tourism development, is expected to be able to encourage the creation of sustainability in the development of tourism in Kasongan in terms of socio-cultural, environmental and economic.

Keywords: *Development model; Creative tourism; Sustainable tourism; Tourism village.*

*Corresponding author: s.woroswesti@gmail.com.

Copyright© 2020 THE AUTHOR (S). This article is distributed under a Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International license. Jurnal Kawistara is published by the Graduate School of Universitas Gadjah Mada.

ABSTRAK

Seiring dengan perkembangan pariwisata khususnya pariwisata budaya yang tidak hanya menempatkan wisatawan sebagai “penonton” atau penikmat saja, maka pengembangan Desa Wisata Kasongan sebagai tujuan wisata pariwisata kreatif diharapkan dapat memaksimalkan potensi wisata budaya melalui kekhasan kerajinan dimiliki. Sayangnya, Desa Wisata Kasongan saat ini dominan pada upaya memenuhi pasokan industri gerabah sebagai komoditas perdagangan daripada tujuan pengembangan pariwisata. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus (*case study research*). Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi, dan studi pustaka, dengan model analisis data kualitatif Spradley. Hasil penelitian menunjukkan, tahap perkembangan pariwisata di Kasongan saat ini menurut konsep *Tourism Area Life Cycle* berada pada tahap kedua yaitu *involvement* (fase pelibatan). Untuk meningkatkan perkembangan pariwisata di Desa Wisata Kasongan pada tahap ketiga (*development phase*), maka penulis mengusulkan model pengembangan pariwisata kreatif. Model pengembangan pariwisata kreatif di Desa Wisata Kasongan merupakan gabungan kondisi faktor internal dan eksternal yang memerlukan campur tangan dari institusi atau lembaga yang memiliki perhatian serius pada pariwisata. Model pengembangan pariwisata kreatif di Desa Wisata Kasongan merupakan model pengembangan yang berdasarkan pada pola bisnis industri kreatif subsektor kerajinan yang berkelanjutan, dimana pariwisata berperan memberikan nilai tambah, yang nilai komersialnya ternyata mampu melebihi bisnis/industri kerajinan itu sendiri. Penerapan konsep pengembangan pariwisata kreatif, pada akhirnya diharapkan mampu mendorong terciptanya keberlanjutan dalam pembangunan pariwisata di Desa Wisata Kasongan dari sisi sosial budaya, lingkungan, dan ekonomi.

Kata Kunci: *Desa wisata; Model pengembangan; Pariwisata kreatif; Pariwisata berkelanjutan.*

PENGANTAR

Berbagai studi menyebutkan bahwa wisatawan saat ini mengubah pola perjalanan wisatanya dari *buying product* menjadi *buying experience*. Dari *mass tourism* menjadi *responsible tourism*. Semula wisatawan cukup senang datang beramai-ramai ke suatu tempat untuk

sekedar berfoto. Akan tetapi, mereka kemudian banyak di antara mereka kemudian mengubah tujuannya untuk mencoba memahami budaya setempat, seperti melakukan kunjungan wisata budaya ke museum, galeri seni, dan sebagainya. Menjadi berkulit gelap akibat mandi matahari tidak lagi menjadi tren, tetapi memahami budaya setempat menjadi suatu kebanggaan bagi wisatawan itu sendiri (Hermantoro, 2011).

Merespon perubahan permintaan konsumen/wisatawan dari *buying product* menjadi *buying experience* dan semakin berkembangnya kebutuhan akan *responsible tourism*, dari sisi pariwisata munculah yang dikenal dengan pariwisata berbasis kreativitas atau pariwisata kreatif. Menurut Ohridska-Olson, pariwisata kreatif merupakan salah satu bentuk pengembangan dari pariwisata budaya. Pariwisata kreatif merupakan jawaban dari munculnya era kreatif di bidang pariwisata (Ohridska-Olson, 2009). Terminologi pariwisata kreatif (*creative based tourism*) muncul untuk menjawab tantangan perekonomian yang dipenuhi dengan unsur-unsur inovasi dan kreativitas dan merupakan perkembangan yang tak dapat dielakkan dalam evolusi produk pariwisata.

Penulis menggunakan beberapa konsep sebagai alat analisis, yaitu teori yang disebutkan oleh Binkhorst dalam Richards and Wilson (2007: 125-144). Pariwisata kreatif pada umumnya memiliki komponen dasar meliputi partisipasi aktif, pengalaman otentik dan unik, adanya eksplorasi kreativitas dan proses belajar, interaktifitas, berhubungan dengan budaya dan lingkungan masyarakat, serta memanfaatkan sumber daya baik alam maupun budaya lokal. Potensi kreatif wisatawan tersebut dimunculkan melalui partisipasi aktif dalam program dan pengalaman pembelajaran yang sesuai dengan karakteristik destinasi yang dikunjungi (Richards and Wilson, 2007). Dalam pariwisata kreatif bukan hanya terkait dengan *something to see*, *something to buy*, dan *something to do* tetapi berhubungan juga dengan *something to learn* dan *something to feel* (Alfian, 2017).

Berikutnya adalah teori tentang proses tahapan dalam pengembangan produk/

jasa yang mencakup pemunculan gagasan (*idea generation*), penyaringan gagasan (*idea screening*), pengembangan dan pengujian konsep (*concept development and testing*), pengembangan strategi pemasaran (*marketing strategy development*), analisis bisnis (*business analysis*), pengembangan produk (*product development*), pengujian pasar (*market testing*), dan komersialisasi (*commercialization*) (Kotler and Keller, 2016).

Pengembangan pariwisata di Desa Wisata Kasongan erat kaitannya dengan mata pencaharian masyarakat Desa Kasongan sebagai pengrajin gerabah. Oleh sebab itu, *livehood approached tourism* dan *integrated tourism* sangat penting diterapkan dalam pengembangan pariwisata di Desa Wisata Kasongan. Pariwisata adalah bagian dari strategi diversifikasi mata pencaharian masyarakat setempat, dimana keberadaan pariwisata bukan untuk menggantikan pola pekerjaan masyarakat yang ada sebelumnya (Leu, 2019). Kehadiran pariwisata di Desa Wisata Kasongan tidak mengubah mata pencaharian masyarakat sebagai pengrajin dan penjual gerabah, namun justru menjadi pelengkap dan mampu memberikan nilai tambah bagi perekonomian masyarakat.

Kondisi yang terjadi di Desa Wisata Kasongan saat ini dominan pada upaya memenuhi pasokan industri gerabah sebagai sebuah komoditas perdagangan daripada tujuan pengembangan pariwisatanya. Padahal Desa Wisata Kasongan memiliki potensi budaya yang dimanifestasikan dalam berbagai bentuk kerajinan gerabah. Pariwisata di Desa Wisata Kasongan tidak hanya menarik dari sisi produk kerajinannya saja tapi juga sejarah dan budaya masyarakatnya. Seiring dengan perkembangan pariwisata khususnya pariwisata budaya yang tidak hanya menempatkan wisatawan sebagai "penonton" atau penikmat saja, maka pengembangan Desa Wisata Kasongan sebagai tujuan wisata pariwisata kreatif diharapkan dapat memaksimalkan potensi wisata budaya/ kerajinan yang ada di Kasongan. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan model pengembangan pariwisata kreatif kaitannya dengan upaya mewujudkan pariwisata

berkelanjutan di Desa Wisata Kasongan-Yogyakarta.

Tulisan ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode atau pendekatan studi kasus. Penelitian ini dilakukan di Desa Wisata Kasongan yang terletak di wilayah Pedukuhan Kajen, Kelurahan Bangunjiwo, Kecamatan Kasihan, Kabupaten Bantul, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Dalam penelitian ini untuk memperoleh data primer digunakan teknik wawancara dan observasi. Adapun teknik penentuan informan untuk diwawancarai menggunakan metode pengambilan sampel *snowball sampling*. Untuk mendapatkan data primer, peneliti mengumpulkannya secara langsung dengan cara observasi langsung ke Desa Wisata Kasongan, melakukan wawancara dengan beberapa informan terkait seperti wisatawan, pengrajin, Kepala UPT, Pemerintah terkait seperti Dinas Koperasi, UKM dan Perindustrian. Ada 18 orang informan yang diwawancarai dalam penelitian ini. Informan-informan tersebut mewakili unsur wisatawan (4 orang: 3 wisnus dan 1 wisman), pengrajin/pemilik usaha gerabah (4 orang), pemerintahan (6 orang), akademisi (1 orang), pokdarwis (1 orang), dan pemilik usaha pariwisata seperti *homestay* (2 orang). Untuk data sekunder, diperoleh dari berbagai sumber yang telah ada seperti buku, laporan, jurnal, dokumen pemerintah. Model analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu model analisis data kualitatif Spradley. Tahapan analisis data menurut Spradley terdiri analisis domain, analisis taksonomi, analisis komponensial dan analisis tema.

PEMBAHASAN

Membahas tentang Kasongan tentu tidak terlepas dari perkembangan industri kecil dan menengah di Kabupaten Bantul. Perkembangan jumlah industri kerajinan di Bantul hingga Tahun 2017, mencapai 7.956 unit usaha. Jumlah tenaga kerja yang terserap mencapai 28.123 orang. Perkembangan ini tidak terlepas dari berbagai program yang dilakukan oleh pemerintah seperti Dinas Perindustrian Kab. Bantul dan Dekranasda. Dinas Perindustrian

Kab. Bantul dan Dekranasda banyak berperan dalam memasarkan produk-produk IKM dan memberikan berbagai pelatihan sehingga keterampilan pengrajin, sehingga pada

akhirnya kualitas produk meningkat dan pasar semakin luas. Perkembangan IKM di Kabupaten Bantul menurut sektor industri dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1
Perkembangan Industri Kecil Menengah di Bantul

No	Sektor Industri	2015		2016		2017	
		Jumlah Unit Usaha	Tenaga Kerja	Jumlah Unit Usaha	Tenaga Kerja	Jumlah Unit Usaha	Tenaga Kerja
1	Pangan	8.290	27.480	8.754	29.019	8.760	29.183
2	Sandang dan Kulit	854	6.719	902	7.095	997	7.449
3	Kerajinan Umum	7.143	24.772	7.543	26.159	7.956	28.123
4	Kimia dan Bahan Bangunan	3.101	28.246	3.275	29.828	3.285	29.991
5	Logam dan Jasa	1.035	2.900	1.093	3.062	1.104	3.162
	Jumlah	20.423	90.117	21.567	95.163	22.102	97.908

Sumber: Dinas Koperasi UKM dan Perindustrian Kabupaten Bantul, 2017

Industri gerabah yang berkembang di Kasongan ini menjadi daya tarik wisata bagi wisatawan. Desa Wisata Kasongan memiliki potensi daya tarik wisata yang khas berupa gerabah/keramik. Daya tarik tersebut berupa ciri khas bentuk dan ornamen/hias keramik

dan kesempatan wisatawan untuk ikut serta belajar tata cara pembuatannya (Febriansyah, 2015). Lokasi usaha kerajinan gerabah di Kabupaten Bantul tersebar di berbagai wilayah salah satunya Kasongan, seperti terlihat pada Tabel 2.

Tabel 2
Lokasi Persebaran Industri Gerabah di Kabupaten Bantul

Wilayah	Jumlah Unit Usaha	Jumlah Tenaga Kerja	Produksi (pcs/ per tahun)	Nilai Produksi
Kasongan, Bangunjiwo, Kec. Kasihan, Kab. Bantul	441	2.367	1.400.000	8.053.890.000
Pajangrejo dan Srihardono, Kec. Kasihan, Kab. Bantul	2.007	595	1.960.000	1.102.400.000
Ngentak, Argorejo, Kec. Sedayu, Kab. Sleman.	50	90	75.000	386.200.000

Sumber: Dinas Koperasi UKM dan Perindustrian Kabupaten Bantul, 2017

Berdasarkan hasil wawancara dengan TR salah seorang seniman yang sekaligus berprofesi sebagai dosen dan pengusaha keramik, menyebutkan bahwa jumlah pengrajin sebelum tahun 2007 masih cukup banyak. Akan tetapi, adanya krisis global maka jumlah pesanan sejak Tahun 2010 mulai menurun. Pengusaha gerabah juga banyak yang mengurangi pekerja/pengrajin upahnya. Banyak di antara tenaga kerja atau pengrajin upah yang akhirnya memutuskan untuk

kembali pulang ke kampung halaman dan menekuni profesi seperti tukang batu dengan upah 100 ribu/hari, menjadi pengemudi becak, dan sebagainya.

Selain gerabah/keramik, Kasongan memiliki berbagai potensi wisata alam, seni budaya, dan kuliner. Cagar budaya, arung jeram, situs sejarah dan museum adalah potensi lain yang dimiliki Desa Bangunjiwo tempat Desa Wisata Kasongan secara administratif berada. Berkaitan dengan amenities, saat ini

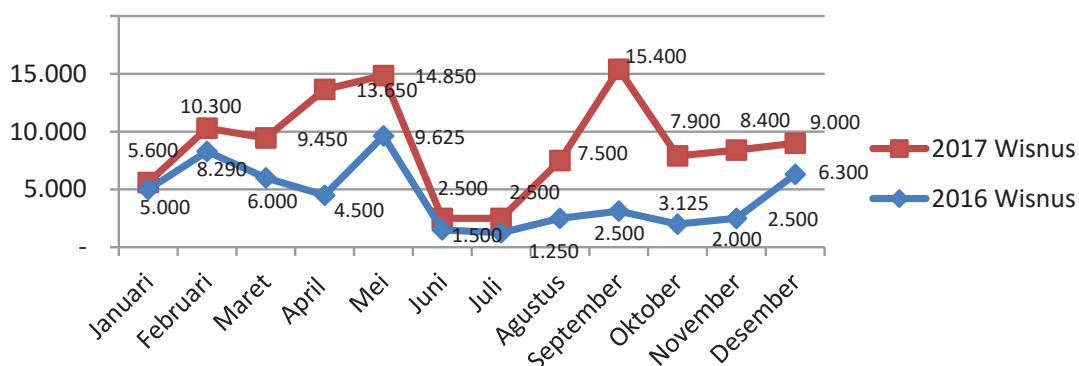
di Desa Wisata Kasongan tersedia hotel dan sejumlah *homestay* milik pribadi yang dapat dimanfaatkan oleh wisatawan. Area *showroom* yang dilengkapi dengan *cafe* juga sudah ada. Di Desa Wisata Kasongan, secara resmi belum ada *homestay* yang berada di bawah pengelolaan Pokdarwis. *Homestay-homestay* yang ada saat ini seperti Filistay, Frogstay, Stone House Castle, Tirto Raharjo Wooden House, Umah D’Kali Villas dan sebagainya merupakan milik pribadi beberapa warga masyarakat.

Salah satu informan yaitu SH memberikan informasi bahwa untuk minat wisatawan menginap tidak begitu banyak karena aktivitas yang dapat dilakukan hanya sedikit di antaranya aktivitas harian seperti memasak makanan tradisional khas Bantul/Yogyakarta. Sayangnya, berdasarkan pengamatan penulis dapat terlihat dari belum adanya TIC (*Tourist Information Center*) dan toilet umum. Pengelolaan amenitas parkir juga terlihat belum baik. Akses jalan di Desa Wisata Kasongan seringkali mengalami kemacetan terutama pada saat puncak kunjungan di hari-hari libur. Bis-bis pengunjung yang parkir di bahu jalan juga masih seringkali ditemui (Amin, 2018).

Adapun dari sisi aksesibilitas, Kasongan merupakan wilayah strategis dan dekat dengan jalur lintasan kereta api Jogja-Bantul (Jalur Tugu-Sewugalur). Pada Tahun 1970-1990-an,

dibangunlah jembatan di atas Sungai Bedog selebar empat meter sehingga aksesibilitas ke Kasongan lebih lancar. Pembangunan jembatan ini memudahkan arus kendaraan baik kendaraan umum maupun pribadi, yang melaju dari pusat kota Yogyakarta untuk menuju Kasongan. Selanjutnya pada Tahun 2003 dibangun jembatan baru melintasi Sungai Bedog. Jembatan baru yang dibangun selebar enam meter ini, semakin memudahkan akses ke kawasan Kasongan, hingga mampu dilalui kendaraan truk besar.

Sementara itu, sejak status Kasongan setelah ditetapkan sebagai Desa Wisata cukup memberikan dampak secara ekonomi bagi masyarakat yang merupakan pengrajin dan memiliki usaha gerabah/keramik. Gambar 1, menunjukan perolehan pendapatan dari hasil belanja wisatawan nusantara ke Desa Wisata Kasongan pada Tahun 2016 dan 2017. Pada Tahun 2016 belanja wisatawan terbesar ada di bulan Mei sebesar Rp9.625.000,00 sedangkan di Tahun 2017 pembelanjaan tertinggi ada di bulan September sebesar Rp15.400.000,00. Jumlah tersebut dapat dipengaruhi oleh padatnya kegiatan pelatihan-pelatihan yang diikuti oleh sekolah-sekolah atau kampus. Selain mengikuti pelatihan, menurut salah seorang pengrajin BY (pemilik Nagasakti Keramik), mereka juga biasanya membeli souvenir-souvenir mulai dari ukuran kecil sampai sedang.

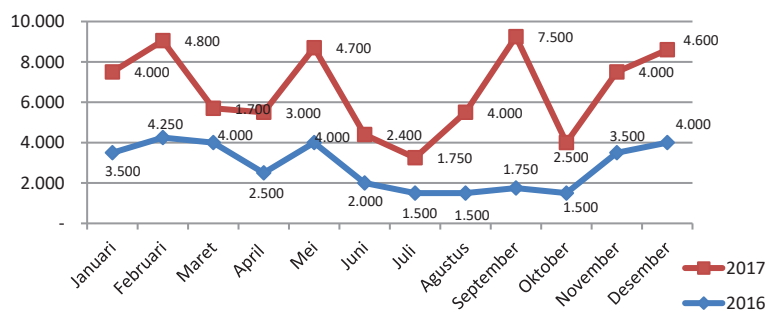


Gambar 1
Grafik Perbandingan Jumlah Belanja Wisnus ke Kasongan per Bulan Tahun 2016/2017 (ribuan rupiah)

Sumber: Data Pokdarwis Kasongan, 2017 (diolah penulis)

Untuk pendapatan yang diperoleh dari belanja wisatawan mancanegara seperti yang terlihat berikut menunjukkan jumlah terbesar pada Tahun 2016 sebesar 4.250.000 pada bulan Februari. Sedangkan untuk Tahun 2017 sebesar

Rp.7.500.000 terjadi pada bulan September. Jumlah ini dipengaruhi oleh kedatangan wisatawan mancanegara ke Desa Wisata Kasongan yang memang mencapai puncaknya di bulan Agustus-September 2017 yaitu 112 orang.



Gambar 2

Grafik Perbandingan Jumlah Belanja Wisatawan Mancanegara ke Kasongan per Bulan Tahun 2016/2017 (dalam ribuan rupiah)
Sumber: Data Pokdarwis Kasongan, 2017 (diolah penulis)

Pariwisata yang berbasis pada industri kerajinan sebagai mata pencaharian masyarakat di Desa Wisata Kasongan ini hampir serupa dengan yang ada di terjadi di Desa Mas, Kabupaten Gianyar Bali. Industrialisasi seni kriya yang kreatif dan inovatif mengekspresikan hubungan timbal balik sebagai respon positif terhadap dinamika pariwisata di satu sisi dan sebagai salah satu komponen pariwisata yang saling terkait dengan komponen lainnya seperti pasar dan konsumen, pihak swasta atau pengusaha, dan sumber daya manusia yang kreatif dan pada akhirnya dapat mendukung keberlanjutan pariwisata (Sukarini, Beratha dan Rajeg, 2019).

Analisis Model Pengembangan Pariwisata Kreatif untuk mencapai Keberlanjutan di Desa Wisata Kasongan.

Untuk menjadikan Kasongan sebagai destinasi pariwisata kreatif, maka harus ada pembaruan atau inovasi dari segi produk wisata yang ditawarkan untuk mempertahankan atau meningkatkan kunjungan wisatawan. Produk wisata utama yang ada di Kasongan adalah gerabah. Kasongan memerlukan penyegaran kembali sebagai sebuah destinasi wisata,

sehingga memerlukan adanya inovasi salah satunya melalui pariwisata kreatif. Untuk menentukan model pengembangan pariwisata kreatif yang sesuai dengan kondisi masyarakat Kasongan, tentu memerlukan analisis terhadap berbagai faktor baik internal maupun eksternal yang sejauh ini berperan dalam perkembangan Desa Wisata Kasongan.

Faktor internal menurut penulis yang mempengaruhi perkembangan pariwisata di Desa Wisata Kasongan adalah keberadaan dan kapasitas yang dimiliki para pengrajin kreatif di Kasongan (*creative person*). Proses kreatif dan inovasi yang dimiliki pengrajin di Kasongan tentu berbeda antar individu. Penulis mengamati ada beberapa pengrajin yang memiliki bakat, modal dan kemampuan manajerial lebih bagus dibanding sebagian lainnya, misalnya Timboel Keramik dan Subur Keramik. Usaha keramik keduanya terbelang sudah mapan, baik dari segi kualitas produk hingga pemasaran dan manajerialnya. Faktor internal lainnya yang berpengaruh pada perkembangan pariwisata di Kasongan adalah keberadaan dan peran beberapa tokoh perajin keramik (*creative person*).

Adapun faktor eksternal yang mempengaruhi perkembangan pariwisata di

Kasongan adalah pengaruh para seniman dan pemerhati budaya, peran lembaga (pemerintah, swasta dan Perguruan Tinggi), pedagang seni dari mancanegara dan tren perkembangan pariwisata. Beberapa seniman sekaligus pengajar pada Akademi Seni Rupa Indonesia (ASRI) seperti Widayat, SP. Gustami, Narno S., M. Soehadji, dan A. Zaenuri berperan penting dalam mengembangkan keramik di Kasongan. Mereka mengajak mahasiswanya untuk melakukan kerja praktik dan kemudian berbagi ilmu pengetahuan tentang desain-desain baru. Selain itu, ada pula Sapto Hoedoyo, seseorang yang berpengaruh besar pada perkembangan seni kerajinan keramik Kasongan terutama dalam inovasi desain dengan teknik tempel yang pada masa-masa berikutnya menjadi ciri khas keramik Kasongan (Guntur, 2005). Tentu saja, ada beberapa tokoh seniman baru atau pengrajin setelahnya seperti Timboel Raharjo yang berkontribusi dalam mengembangkan gerabah asal Kasongan hingga ke luar negeri.

Keberadaan lembaga pemerintah, swasta, Perguruan Tinggi dan keberadaan pedagang seni mancanegara juga turut berperan dalam perkembangan Kasongan. Pedagang seni dari mancanegara ini awalnya adalah wisatawan yang datang berkunjung ke Kasongan. Mereka membeli souvenir yang ternyata dianggap menarik oleh koleganya. Terjadilah pembelian berulang hingga menjadi sebuah prospek bisnis. Mereka mulai membeli dalam jumlah lebih banyak bahkan hingga memakai truk *container*. Kehadiran pedagang seni dari mancanegara ini mempengaruhi kreativitas perajin untuk menghasilkan produk yang sesuai dengan selera pasar mancanegara.

Tren perkembangan pariwisata juga berpengaruh pada perkembangan Kasongan. Terdapat pergeseran tren budaya tradisional dimulai dengan kunjungan yang dilakukan ke masyarakat lokal, situs-situs budaya dan kota bersejarah hingga tren tersebut bergeser pada keikutsertaan wisatawan dalam sebuah aktivitas atau *event* kreatif (Howkins, 2007). Desa Kasongan sudah dikenal sebagai Desa Wisata di DIY. Secara rutin ada saja rombongan dari berbagai tempat di tanah air yang datang ke Desa Kasongan untuk melakukan studi

banding, *study tour*, atau sekedar berwisata dan membeli souvenir yang ada di *artshop* yang umumnya menjadi satu dengan bagian depan rumah perajin.

Setelah menganalisis berbagai faktor internal dan eksternal yang muncul dalam perkembangan pariwisata di Desa Wisata Kasongan, selanjutnya penulis menganalisis berdasarkan delapan tahapan pengembangan produk/jasa pariwisata menurut Kotler dan Keller (2016). Penjelasan analisis model pengembangan pariwisata kreatif dengan menggunakan delapan tahapan pengembangan produk/jasa menurut Kotler dan Keller (2016) dapat dilihat sebagai berikut:

Pemunculan gagasan (*idea generation*)

Terkait status Kasongan sebagai desa wisata, berdasarkan pengamatan penulis dan hasil wawancara, Kasongan belum menjadi desa wisata sepenuhnya sesuai dengan *branding*-nya sebagai sebuah desa wisata. Persyaratan menjadi sebuah desa wisata di antaranya (1) memiliki persyaratan sebagai sebuah destinasi pariwisata; (2) kegiatan pariwisata dilakukan berbasis pada sumber daya pedesaan; (3) kegiatan pariwisata melibatkan partisipasi aktif wisatawan dalam kehidupan perdesaan; (4) lebih berorientasi pada *outdoor recreation*; (5) memberikan penghargaan besar pada budaya dan kearifan lokal; (6) menyediakan akses yang memadai baik akses menuju ke destinasi lain maupun internal di dalam desa wisata itu sendiri; (7) memiliki akomodasi yang memadai; dan (8) memiliki komunitas yang peduli pada pariwisata.

Dari kedelapan persyaratan sebagai sebuah desa wisata, Desa Wisata Kasongan belum memaksimalkan potensi yang dimiliki. Padahal kekuatan daya tarik wisata di Kasongan (dan daerah sekitarnya) bukan hanya sebatas kerajinan gerabah saja. Kasongan punya potensi lain seperti wisata kuliner, wisata alam, dan buatan. Dari wisata kuliner, Desa Wisata Kasongan mempunyai Ayam Goreng Mbah Cemplung, Bubur Kelor dan Restoran Rajaklana. Dari sisi wisata alam, Desa Wisata Kasongan memiliki atraksi arung

jeram di Sungai Bedog dan Goa Selarong. Dari sisi wisata kreatif dan kuliner, jarak 4 km dari sentra penjualan gerabah terdapat Pabrik Cokelat Monggo yang ramai pengunjung.

Penyaringan gagasan (*idea screening*)

Terdapat potensi-potensi yang belum mampu digarap maksimal oleh pihak terkait baik itu Dinas Pariwisata maupun Pokdarwis. Apabila menarik kunjungan wisatawan dari segmen milenial dirasa cukup sulit untuk bisa berkunjung ke Desa Wisata Kasongan, menurut penulis seharusnya ada inovasi yang dilakukan dari Dinas Pariwisata dan Pokdarwis untuk mensinergikan berbagai potensi dan daya tarik yang ada menjadi satu buah paket wisata.

Mengenai akomodasi *homestay* yang sampai saat ini masih menjadi milik pribadi sebagian warga masyarakat. Perlu pembinaan kepada warga masyarakat tentang bagaimana mengelola *homestay* berikut *hospitality* yang harus diberikan bila menghadapi wisatawan. Sulitnya pengembangan pariwisata di Desa Wisata Kasongan ini juga dipengaruhi oleh respon dari masyarakat sendiri yang belum paham akan manfaat pariwisata. Seperti petikan wawancara dengan Ketua Pokdarwis Bapak Siamhadi berikut ini:

“Selama ini masyarakat belum begitu antusias pada kegiatan pariwisata dan ekonomi kreatif karena masih tanya untungnya apa buat mereka. Mereka hanya tahu-nya mereka kerja kemudian dapat uang. Selama ini yang untung hanya pelaku atas usaha sendiri-sendiri saja. Untuk lingkungan belum ada. Kesadaran akan manfaat pariwisata belum ada, karena mereka belum menikmati dampaknya. Yang terpenting adalah barang mereka laku. Makanya perlu diterapkan kesadaran sapta pesona. Hal ini juga yang menjadi pekerjaan rumah bagi Pokdarwis.”

(Siamhadi, wawancara 02 Agustus 2018)

Untuk mengembangkan pariwisata kreatif, Kasongan sudah memiliki aset “*creative person*” berupa keterampilan warga masyarakat yang diperoleh secara turun-temurun dalam membuat gerabah. Orang-orang kreatif ini dapat dimanfaatkan untuk menjadi *guide* bagi wisatawan

yang ingin berwisata membuat gerabah. Membuat gerabah juga seharusnya bisa dilakukan tidak hanya di *showroom* milik pengrajin juga di *homestay-homestay* yang ada, tentunya dengan peralatan dan teknik yang lebih sederhana.

Dari sisi keruangan (*spaces*), wilayah Desa Wisata Kasongan memiliki bengkel kerja sendiri, yang terdapat di rumah-rumah penduduk yang memiliki usaha gerabah. Akan tetapi, tetap diperlukan adanya *spaces* yang dikhususkan untuk tujuan wisata. Di area bengkel kerja yang dimaksud sebaiknya juga disediakan semacam *booth* kuliner yang menyajikan berbagai makanan untuk pengunjung, sehingga aktivitas pengunjung lebih tersentral di satu lokasi. Dari sisi kegiatan (*events*) banyak kegiatan yang bisa ditampilkan sebagai daya tarik wisata di Kasongan. Pagelaran kesenian yang sering ditampilkan yaitu kesenian wayang orang, kesenian *kethoprak putri*, karnaval budaya, lomba *macapat*, kesenian *jathilan*, dan berbagai pentas kesenian lainnya.

Pada tahapan ini, penulis berpendapat bahwa model pengembangan pariwisata kreatif di Desa Wisata Kasongan, harus dibuat dengan melibatkan berbagai komponen atraksi dan daya tarik wisata yang ada di sekitar Kasongan. Kontribusi dari unsur kelembagaan memegang peranan penting dalam pengembangan pariwisata kreatif ini. Selain Dinas Pariwisata dan Pokdarwis, bagaimanapun juga Desa Wisata Kasongan merupakan desa yang berbasis industri kerajinan gerabah. Oleh sebab itu, peranan dari Dinas Koperasi, Perindustrian dan UKM sangat diperlukan dalam hal memberikan pembinaan dan pelatihan bagi pengrajin. Tujuannya supaya kapasitas mereka terus berkembang dan mampu berinovasi sesuai dengan permintaan dan minat wisatawan.

Pengembangan dan pengujian konsep (*concept development and testing*)

Dari sisi kelembagaan, salah satu kendala dalam pengembangan pariwisata di Kasongan adalah keberadaan Pokdarwis yang sebelum Tahun 2017 sudah tidak begitu aktif dalam

menangai pariwisata disebabkan pengurus utama yang sudah usia lanjut dan tidak adanya regenerasi yang serius menggarap pariwisata di Desa Wisata Kasongan. Baru berdasarkan Keputusan Lurah Desa Bangunjiwo Nomor 33 Tahun 2017 tentang Pembentukan Pengurus Kajigelem Desa Bangunjiwo Kecamatan Kasihan Kabupaten Bantul Periode Tahun 2017-2022, ditetapkanlah susunan kepengurusan Pokdarwis Desa Wisata Kasongan.

Sejauh ini, lembaga yang masih aktif hingga saat ini dan turut memberikan kontribusi secara tidak langsung untuk menunjang kegiatan pariwisata di Desa Wisata Kasongan adalah UPT (Unit Pelaksana Teknis). UPT menjadi fasilitator sekaligus lembaga yang turut serta mendukung aktivitas pariwisata di Desa Wisata Kasongan. UPT menawarkan berbagai paket pembuatan gerabah untuk para wisatawan. UPT bekerja sama dengan Pemerintah Daerah Bantul melalui Dinas Perindustrian dan Koperasi mengadakan kegiatan pelatihan dan program pengembangan. Tujuannya adalah untuk meningkatkan kualitas para pengrajin di Desa Wisata Kasongan.

Model pengembangan pariwisata kreatif di Desa Wisata Kasongan merupakan gabungan kondisi faktor internal dan eksternal yang memerlukan campur tangan dari institusi atau lembaga yang memiliki perhatian serius pada pariwisata. Pariwisata di Desa Wisata Kasongan belum dikelola secara terintegrasi. Menurut penulis, institusi atau lembaga tersebut sebenarnya sudah ada di Kasongan saat ini seperti Pokdarwis, Dinas Pariwisata Bantul, Dekranasda dan sebagainya. Akan tetapi, dalam praktiknya lembaga-lembaga tersebut dirasakan belum berperan secara maksimal. Masalah tidak maksimalnya institusi atau lembaga terkait dalam mengelola desa wisata ini, tidak terjadi di Desa Wisata Kasongan saja, tetapi juga di banyak desa wisata di Bantul.

Pengembangan strategi pemasaran (marketing strategy development)

Berkembangnya aspek pemasaran pariwisata di Desa Wisata Kasongan dapat dilihat pada pengemasan paket wisata dalam *branding* wisata bernama Desa Wisata

Kajigelem. Nama Kajigelem merupakan singkatan dari Ka: Kasongan, Ji: Jipangan, Ge: Gendeng, dan Lem: Lemahdadi. Keempatnya merupakan sentra industri yang paling menonjol di Desa Bangunjiwo. Promosi pariwisata ini dilakukan oleh Dinas Pariwisata dilakukan melalui brosur wisata, kerjasama dengan *travel agent*, dan *website*. Sementara itu, bagi para pengrajin dan pemilik *showroom* gerabah kemampuan dan cara promosi yang dilakukan berbeda satu sama lain.

Pada awalnya promosi lebih secara mulut ke mulut. Namun berkembang menggunakan media sosial seperti instagram, situs *website* dan sebagainya. Bagi pengrajin/pemilik *showroom* yang memiliki biaya dan pemahaman cara pemasaran tentu tidak sulit untuk mempunyai *website* atau *blog* sendiri untuk promosi. Namun tidak semua seperti itu, ada yang hanya mengandalkan kunjungan wisatawan yang mampir ke *showroom*nya setiap hari. Kendala masalah pemasaran ini juga dikeluhkan oleh salah seorang pengrajin yaitu BY dari kutipan wawancara berikut:

“Kendala yang utama itu menurut saya pemasaran, karena saingan ini kan banyak banget. Dulu kan engga cuma berapa tempat. Sekarang kan semuanya. Malah desa lain juga ada yang jual gerabah. Jadi kan udah banyak. Dari sisi pemasaran belum nemu *selah*, biar tambah penjualan.”
(BY, hasil wawancara 08 Agustus 2019)

Menanggapi keluhan dari masyarakat pengrajin terkait pemasaran tersebut, Kepala Dukuh Kasongan menyebutkan bahwa pada Tahun 2006, sudah pernah dibangun PKD atau Pasar Kriya Desa Kasongan. Tujuan dibangunnya PKD ini adalah sebagai sarana masyarakat Kasongan untuk memasarkan produk kerajinannya. Sayangnya PKD ini kurang dimanfaatkan secara maksimal oleh masyarakat.

Richards dalam Wurzbarger (2010: 85-88), bahwa terdapat beberapa cara yang dapat dilakukan dalam mengembangkan pariwisata kreatif, di antaranya adalah jaringan pariwisata kreatif (*creative tourism networks*). Jaringan pada bidang industri kreatif di Kasongan dilakukan dalam rangka kebutuhan industri gerabah,

namun belum untuk pariwisata. Selama ini, bentuk kerjasama yang dilakukan adalah dengan Dinas Perindustrian melalui UPT dan Dekranasda. Masing-masing pengusaha gerabah di Kasongan yang melayani ekspor, biasanya sudah memiliki jaringan pelanggannya masing-masing (Guntur, 2005). Apabila jaringan pariwisata kreatif terbentuk dengan lebih baik di Kasongan, pariwisata akan lebih mudah berkembang. Misalnya dengan bekerjasama menawarkan paket wisata ke travel agent. Cara pemasaran menggunakan sosial media efektif dalam mengenalkan dan menarik kunjungan wisatawan.

Analisis bisnis (*business analysis*)

Desa Wisata Kasongan menjual produk wisata berupa daya tarik wisata gerabah dan teknik pembuatannya. Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara penulis dengan beberapa pengrajin, rata-rata pada hari biasa, salah satunya seperti BY, memperoleh keuntungan 100-200 ribu rupiah per hari saat sepi atau kira-kira 3 hingga 6 juta rupiah per bulan. Namun, bila saat musim liburan anak sekolah tiba dan hari raya seperti lebaran dan natal, BY mengaku mampu memperoleh keuntungan hingga 10 sampai 15 juta dalam satu bulan.

Hal ini akan jauh berbeda apabila, Desa Wisata Kasongan dipasarkan sebagai daerah tujuan wisata dalam sebuah paket wisata dengan menggandeng daya tarik wisata terdekat disekitarnya. Pada saat melakukan pengamatan ke Pabrik Cokelat Monggo pada hari kerja, yang lokasinya tidak jauh dari area penjualan gerabah Kasongan, penulis mendapati 5 buah bis yang berkunjung ke pabrik cokelat tersebut membawa rombongan kira-kira 35 orang dalam 1 bis. Berarti dari kunjungan tersebut sebenarnya berpotensi memberikan 175 pengunjung untuk datang ke Kasongan, karena untuk menuju pabrik cokelat monggo tersebut pasti melalui jalur utama Jalan Raya Kasongan. Dengan hasil perhitungan tersebut, maka apabila paket kunjungan wisata ke Desa Wisata Kasongan dijadikan satu dengan daya tarik yang ada di sekitarnya akan lebih memberikan manfaat

secara ekonomi bagi warga masyarakat. Pengembangan produk berdasarkan analisa bisnis ini sangat mungkin diterapkan untuk memasarkan dan mengembangkan produk wisata di Kasongan.

Pengembangan produk (*product development*)

Pengembangan produk bertujuan untuk memenuhi kebutuhan baru dan memperkuat reputasi perusahaan, yaitu dengan menawarkan produk yang lebih baru dari pada produk sebelumnya. Pengembangan produk juga bertujuan untuk mempertahankan daya saing terhadap produk yang sudah ada, yaitu dengan jalan menawarkan produk yang dapat memberikan jenis kepuasan yang baru. Bentuknya bisa bertambah terhadap lini produk yang sudah ada maupun revisi terhadap produk yang telah ada (Kotler and Keller, 2016).

Desa Wisata Kasongan menawarkan daya tarik gerabah khas Kasongan yang unik dan berkualitas tinggi berikut atraksi cara pelatihan pembuatan gerabah. Setelah melakukan identifikasi terhadap lingkungan dan daya tarik wisata di sekitar Desa Wisata Kasongan, terdapat beberapa objek daya tarik wisata lain di sekitarnya seperti wisata kuliner Pabrik Cokelat Monggo dan restoran/resort/villa Raja Kelana. Wisata alam seperti Goa Selarong, dan wisata belanja dan budaya kerajinan Kipas Jipangan. Daya tarik wisata ini dapat dipaketkan menjadi satu paket daya tarik wisata dengan wisata gerabah kasongan, sehingga segmen pasar lebih luas dan bahkan bisa menarik kedatangan dan antusiasme wisatawan yang sebelumnya tidak mengenal atau tertarik dengan gerabah. Pengembangan model pariwisata kreatif dengan mempacketkan daya tarik wisata lain yang ada disekitarnya bisa menjadi lebih menarik dibandingkan dengan menjual "Desa Wisata Kasongan" sebagai destinasi wisata secara tersendiri. Apalagi dengan antusiasme wisatawan usia muda yang lebih senang pada lokasi wisata yang memiliki "spot" foto yang "intragamable", seperti yang dapat ditemui di Museum Cokelat, Kedai Coklat dan Factory Cokelat Monggo, Resto dan Resort Rajaklana.

Pengujian Pasar (*market testing*)

Pengujian pasar ialah keadaan dimana produk/jasa dan program pemasaran diperkenalkan kepada kalangan konsumen yang lebih otentik untuk mengetahui bagaimana konsumen dan penyalur mengelola, memakai, dan membeli ulang produk itu dan seberapa luas pasarnya. Target wisatawan dalam pariwisata kreatif adalah segala usia, mulai dari anak-anak hingga dewasa. Setiap segmen usia, diberikan pilihan paket wisata pembuatan gerabah berdasarkan tingkat kesulitannya. Misalnya untuk anak-anak tidak menggunakan teknik putar untuk membuat bentuk gerabah karena relatif lebih sulit. Mereka dapat dibuatkan paket membentuk manual dengan tangan atau teknik lain seperti menghias atau mendekorasi gerabah yang sudah jadi dengan cat warna. Sementara untuk orang yang lebih dewasa bisa diberikan kesempatan untuk membuat gerabah dengan teknik putar hingga mendekorasi.

Selain membuat gerabah, paket wisata yang dapat dibuat dan ditawarkan misalnya dengan susur sungai bedog menggunakan tubing (*mbedog river tubing*). Susur sungai bedog ini biasanya lebih diminati oleh wisatawan usia remaja hingga muda. Tujuannya agar bisa menggaet pasar wisatawan muda untuk mau belajar dan tertarik pada pembuatan gerabah/keramik di Desa Wisata Kasongan. Alternatif lain adalah menambah opsi atraksi wisata. Misalnya ke sentra-sentra kerajinan yang ada disekitarnya seperti sentra kerajinan berbahan bambu Jipangan, Gendeng yang merupakan sentra pengrajin seni tatah sungging kulit (wayang), dan sentra industri kerajinan patung batu (pahat dan cetak) di Lemahdadi. Selain itu bisa juga, wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata yang letaknya dekat, lebih modern dan disukai hampir kebanyakan anak muda, yaitu Pabrik Cokelat Monggo dan Restoran Rajaklana. Dalam pelaksanaan pengujian pasar dilakukan pencatatan, kroscek dan analisa mana atraksi yang diminati dan kurang diminati wisatawan. Selain itu, berbagai keluhan dan kesan dari wisatawan dijadikan masukan untuk perbaikan pengembangan produk wisata.

Komersialisasi (*commercialitation*)

Tahap komersialisasi menyangkut perencanaan dan pelaksanaan strategi peluncuran (*launching strategy*) produk/jasa baru ke pasar. Dalam melemparkan suatu produk, harus diputuskan: kapan, dimana, pada siapa, dan bagaimana. Pariwisata kreatif di Desa Wisata Kasongan dapat ditargetkan pada wisatawan usia muda hingga dewasa. Lingkup daerah tujuan wisata meliputi Desa Wisata Kasongan yang meliputi lima Padukuhan yakni Kalipucang, Gedongan, Kajen/Kasongan, Tirto, dan Sembungan.

Pengembangan pariwisata kreatif, dapat mulai dengan cara melakukan sosialisasi sadar wisata terlebih dahulu tentang keunggulan yang diperoleh dengan mengembangkan pariwisata kreatif di Kasongan. Sosialisasi dapat dilakukan dengan bekerja sama dengan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dan Dinas Pariwisata Kabupaten Bantul. Berbagai *event*, festival promosi paket wisata atau pameran kerajinan juga perlu dilakukan untuk menghidupkan suasana pariwisata dan hiburan untuk menarik animo masyarakat.

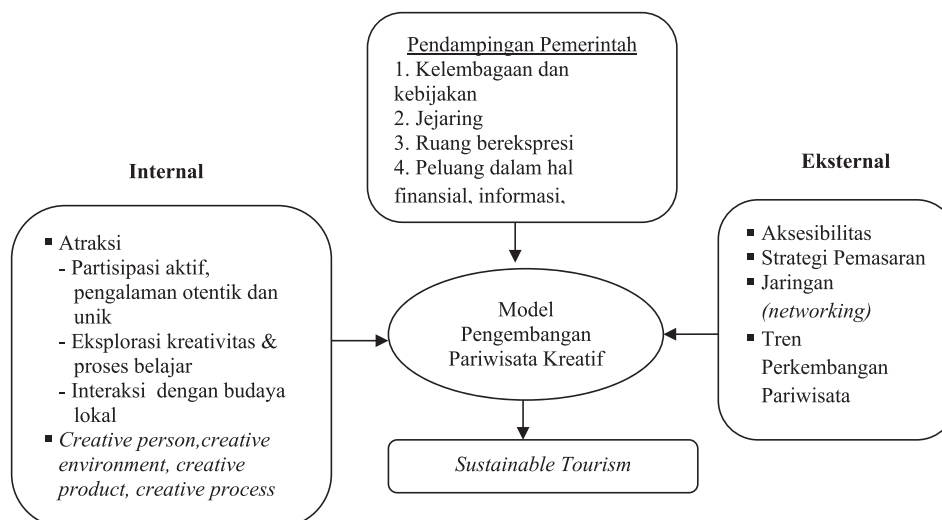
Model Pengembangan Pariwisata Kreatif di Desa Wisata Kasongan

Tahap perkembangan suatu daerah wisata terdiri dari beberapa tahap, yaitu tahap pertama adalah *exploration*, kedua yaitu tahap *involment* (keterlibatan), tahap ketiga yaitu *development* (pengembangan) dan tahap keempat yaitu tahap *consolidation* (konsolidasi). Menurut penulis, Desa Wisata Kasongan berada pada Tahap 2 yaitu *involvement* (fase pelibatan). Oleh sebab itu, untuk meningkatkan perkembangan pariwisata di Desa Wisata Kasongan pada tahapan ketiga yaitu pengembangan (*development phase*), maka dengan melihat potensi daya tarik wisata berupa wisata pembuatan gerabah penulis mencoba mengusulkan model pengembangan pariwisata di Desa Wisata Kasongan dalam bentuk pariwisata kreatif.

Penentuan model ini dilakukan dengan cara menganalisis komponen faktor internal dan eksternal pariwisata yang menentukan perkembangan pariwisata di Desa Wisata

Kasongan kemudian menganalisisnya dengan menggunakan tahapan pengembangan produk/

jasa. Bagan model pengembangan pariwisata kreatif yang menurut penulis sesuai untuk diterapkan di Kasongan pada Gambar 3 berikut.



Gambar 3
Skema Model Pengembangan Pariwisata Kreatif di Desa Wisata Kasongan
Sumber: Penulis (2020)

Dari skema tersebut dapat terlihat bahwa model pengembangan pariwisata kreatif di Desa Wisata Kasongan merupakan gabungan kondisi faktor internal dan eksternal yang memerlukan campur tangan dari institusi atau lembaga yang memiliki perhatian serius pada pariwisata. Dalam perjalanan perkembangan pariwisata di Desa Wisata Kasongan tidak lepas dari bantuan pemerintah walaupun belum dalam komposisi yang signifikan. Berdasarkan wawancara dengan SH, sesepuh dan pengusaha gerabah, beliau pun mengakui bahwa penting untuk membina hubungan dengan instansi pemerintah karena akan sedikit banyak membantu perkembangan Desa Wisata Kasongan.

Pengembangan pariwisata yang terintegrasi antar *stakeholder* mutlak diperlukan dalam industri pariwisata. Kualitas kinerja penyedia fasilitas dan layanan pariwisata, pemantauan pengukuran kinerja bagi penyedia layanan pariwisata seperti penyediaan fasilitas penginapan, pusat perbelanjaan, restoran, area hiburan dan rekreasi, agen perjalanan wisata, penyedia transportasi dan alat angkut

wisata adalah komponen-komponen yang harus selalu optimal dan dikelola dengan baik (Tavallaee, Asadi, Abya dan Ebrahimi, 2014). Oleh sebab itu, integrasi antar pemangku kepentingan di Desa Wisata Kasongan yakni unsur pemerintah, bisnis, akademisi, media dan masyarakat sangat diperlukan dalam pengembangan pariwisata kreatif. Melalui pariwisata kreatif, sebagai segmen yang lebih kecil dari pasar wisata budaya, wisatawan dapat meningkatkan pengalaman berwisata. Peran komunitas pun sangat fundamental dalam menentukan jenis dan seberapa berkesan "*experience*" yang dirasakan wisatawan (Marques, 2012). Pengalaman yang dirasakan wisatawan merupakan indikator yang cukup baik untuk mengetahui keinginan wisatawan untuk berkunjung kembali atau revisit, karena "*experience*" melibatkan memori, kepuasan dan kecenderungan perilaku wisatawan (Ali, Ryu and Hussain, 2016).

Poin yang utama dari pengembangan pariwisata kreatif di Desa Wisata Kasongan adalah keberlanjutan atau *tourism sustainability*. Ketika pariwisata dikenalkan pada masyarakat,

sangat penting untuk memastikan keberadaannya tidak menggantikan aktivitas masyarakat yang sudah lebih dulu ada. Pembangunan pariwisata adalah pembangunan multi dimensi termasuk dimensi sosial dan kebudayaan. Oleh karena itu, pilihan pengembangan pariwisata harus disesuaikan dengan kondisi sistem masyarakat yang ada (Tao and Wall, 2009). Keterlibatan masyarakat mutlak diperlukan dalam pengembangan pariwisata kreatif di Kasongan agar aspirasi masyarakat tergali dan terakomodir dengan baik.

Masyarakat adalah pelaku sekaligus penerima manfaat dari kepariwisataan. Keterlibatan masyarakat dalam perencanaan pariwisata akan melibatkan pemangku kepentingan dengan minat dan sikap yang berbeda dan partisipasi yang beragam ini dapat menyebabkan lebih banyak pertimbangan diberikan pada berbagai permasalahan dampak ekonomi, lingkungan, dan sosial pariwisata. Pertimbangan elaborasi terhadap solusi dampak-dampak ini dapat membantu mendorong terciptanya pembangunan berkelanjutan, meskipun ada potensi terjadi dilema bahwa beberapa komunitas mungkin relatif tidak peduli tentang keberlanjutan ekologis atau sosial jangka panjang dari keputusan-keputusan terkait pariwisata yang diambil (O'Connor, 2002).

Dari sisi *sustainability* atau keberlanjutannya, Desa Wisata Kasongan memiliki tantangan tersendiri. Dalam menciptakan pembangunan berkelanjutan diperlukan penerapan beberapa prinsip atau konsep keberlanjutan ini, yaitu (1) terjaminnya kualitas lingkungan dan pemanfaatan sumber daya alam yang lestari (*environmental sustainability*); (2) pelibatan masyarakat lokal yang lebih besar (*social responsibility*); (3) terjamin adanya kelestarian budaya masyarakat (*culture sustainability*); (4) secara ekonomis tidak hanya menguntungkan para pihak yang terlibat, tetapi secara nyata dialokasikan dana untuk memperbaiki dan meningkatkan kualitas lingkungan kawasan dan masyarakat sekitar (*economic sustainability*) (Fandeli, 2004).

Dari dimensi *socio-cultural sustainability*, perkembangan pariwisata di Desa Wisata Kasongan dikhawatirkan akan berdampak pada terjadinya erosi budaya dan hilangnya karakter khas gerabah Kasongan. Perubahan terlihat pada desain, struktur, dan dekorasi gerabah bahkan tradisi dan budaya di Kasongan Kasongan. Bentuk, bahan, fungsi dan hiasan menunjukkan adopsi berbagai pengaruh baik yang bersumber dari budaya etnis lokal, nasional, maupun internasional sebagai dampak kunjungan wisatawan. Pariwisata kreatif sering dipandang sebagai pengembangan budaya pariwisata, yang bisa dibilang menjadi semakin populer. Ironisnya adalah bahwa pariwisata kreatif, yang tampaknya menawarkan alternatif bagi wisata budaya massal, justru seringkali memunculkan terjadinya komodifikasi budaya masyarakat setempat (Richards, 2011).

Dari sisi *environment sustainability*, kondisi ketersediaan bahan baku di Desa Wisata Kasongan saat ini sudah mulai mengkhawatirkan. Selain itu, permasalahan lain terhadap keberlanjutan lingkungan di Desa Wisata Kasongan adalah bahaya asap pembakaran gerabah bagi kesehatan dan lingkungan dalam jangka panjang. Inti dari konsep keberlanjutan adalah segala kiprah pembangunan untuk memenuhi kebutuhan bukan untuk satu generasi yakni generasi sekarang saja. Bila dikaitkan dengan pengembangan pariwisata, maka pembangunan berkelanjutan tidak saja menjaga kelestarian sumber daya alam, namun juga sumber daya budaya (Arjana, 2016: 131).

Berikutnya, dari sisi *economic sustainability*. Data-data yang ada tentang fluktuasi tingkat kunjungan wisatawan yang datang dan jumlah belanja wisatawan, pertambahan jumlah *artshop* dan peningkatan jumlah penyerapan tenaga kerja industri gerabah di Desa Wisata Kasongan menunjukkan dampak perkembangan pariwisata. Berarti, pariwisata dapat dikatakan berkontribusi untuk pembangunan ekonomi lokal dan masyarakat relatif diuntungkan akan hal tersebut. Meskipun untuk masalah pemerataan pendapatan, sulit untuk disebut merata karena tingkat pendapatan antar

pengrajin dan pengusaha gerabah berbeda satu sama lain. Perbedaan tersebut, bergantung pada kualitas dan variasi produk, strategi pemasaran yang digunakan, kemampuan melihat tren, keinginan pasar dan kemampuan manajerial masing-masing pengrajin maupun pengusaha gerabah dalam mengelola usahanya.

SIMPULAN

Tahap perkembangan pariwisata di Kasongan saat ini berada pada tahap *involvement* (fase pelibatan). Pada tahap pelibatan, masyarakat lokal mengambil inisiatif dengan menyediakan berbagai pelayanan jasa untuk para wisatawan yang mulai menunjukkan tanda-tanda peningkatan dalam beberapa periode. Salah satunya adalah kemunculan *homestay-homestay* yang ada wilayah Desa Bangunjiwo. *Homestay* ini dibangun atas inisiatif beberapa warga masyarakat di Desa Wisata Kasongan sendiri. Peran yang dilakukan pemerintah adalah dengan mendirikan fasilitas penginapan seperti *Education Hotel* atau Edotel.

Masyarakat dan pemerintah lokal pun sudah mulai melakukan sosialisasi atau promosi walaupun dalam skala terbatas. Pemerintah dan sebagian masyarakat melakukan promosi melalui keikutsertaan pada berbagai pameran, kegiatan, promosi melalui *website* dan sosial media. Pada musim atau bulan atau hari-hari tertentu misalnya pada liburan sekolah terjadi kunjungan wisatawan dalam jumlah besar, biasanya pada bulan Juli-Agustus dan Desember-Januari. Menghadapi kondisi ini pemerintah lokal mengambil inisiatif untuk membangun infrastruktur pariwisata namun masih dalam skala dan jumlah yang terbatas.

Pariwisata di Desa Wisata Kasongan juga berkontribusi untuk pembangunan ekonomi lokal. Masyarakat Kasongan pun relatif diuntungkan akan hal tersebut. Meskipun untuk masalah pemerataan pendapatan, sulit untuk disebut merata karena tingkat pendapatan antar pengrajin dan pengusaha keramik berbeda satu sama lain. Bergantung pada kualitas dan variasi produk, strategi pemasaran yang digunakan, kemampuan melihat tren dan keinginan pasar dan

kemampuan manajerial dalam mengelola usahanya.

Akan tetapi, terdapat beberapa kekhawatiran yang dirasakan sebagai dampak dari perkembangan pariwisata di Desa Wisata Kasongan. Diantaranya yaitu terjadinya erosi budaya dengan hilangnya karakter khas keramik Kasongan. Perubahan karakter dapat terlihat pada desain, struktur, dan dekorasi keramik bahkan tradisi dan budaya di Kasongan yang kini semakin menunjukkan adopsi berbagai pengaruh baik yang bersumber dari budaya etnis lokal, nasional, maupun internasional sebagai dampak kunjungan wisatawan. Selain itu, kondisi ketersediaan bahan baku di Desa Wisata Kasongan saat ini sangat terbatas sehingga harus membeli dari luar wilayah Kasongan atau Bantul. Sisa asap pembakaran gerabah juga sangat berbahaya bagi kesehatan masyarakat dalam jangka panjang. Oleh sebab itu, untuk mewujudkan pariwisata yang berkelanjutan di Desa Wisata Kasongan, perlu komitmen dari berbagai pihak atau aktor pariwisata yang ada. Seperti pemerintah, pengusaha atau perajin keramik, pengusaha jasa akomodasi, restoran, pokdarwis, dan sebagainya. Tujuannya agar keberlanjutan pariwisata baik dari sisi ekonomi, lingkungan maupun budaya dapat tercapai dengan sinergisitas pihak-pihak tersebut.

Model pengembangan pariwisata kreatif di Desa Wisata Kasongan merupakan model pengembangan yang berdasarkan pada pola bisnis industri kreatif subsektor kerajinan yang berkelanjutan, dimana pariwisata merupakan nilai tambah yang nilai komersialnya ternyata mampu melebihi bisnis/industri kerajinan itu sendiri. Sehingga pada akhirnya, pariwisata mampu berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan masyarakat dan menciptakan keberlanjutan baik secara ekonomi, sosial-budaya dan lingkungan.

DAFTAR PUSTAKA

Alfian, F. (2017). Model Pengembangan Pariwisata Kreatif pada Saung Angklung Udjo Bandung. *Disertasi*, Bandung: Universitas Padjajaran.

- Ali, F., Ryu, K. dan Hussain, K. (2016). "Influence of Experiences on Memories, Satisfaction and Behavioral Intentions : A Study of Creative Tourism". *Journal of Tourism Marketing*, Vol. 33, No. 1, page. 85-100. DOI: 10.1080/10548408.2015.1038418.
- Amin, C. N. (2018). Strategi Pengembangan Amenitas di Desa Wisata Kasongan Kabupaten Bantul sebagai Destinasi Wisata Belanja. *Skripsi*, Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Arjana, I. G. B. (2016). *Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Fandeli, C. (2004). *Peran dan Kedudukan Konservasi Hutan dalam Pengembangan Ekowisata*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Febriansyah, R.R. (2015). Kasongan as the Center Pottery Industry in Yogyakarta. *Laporan Akhir*, Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Guntur. (2000). Keramik Kasongan dan Desain Baru. *Tesis*, Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Guntur. (2005). *Keramik Kasongan: Konteks Sosial dan Kultur Perubahan*. Wonogiri: Bina Citra Pustaka.
- Hermantoro, H. (2011) *Creative-Based Tourism (Dari Wisata Rekreatif Menjadi Wisata Kreatif)*. Yogyakarta: Galang Press.
- Howkins, J. (2007). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. England: The Penguin Press.
- Kotler, P. dan Keller, K. L. (2016). *Marketing Management 15th Edition*. England: Pearson Education, Inc.
- Leu, T. C. (2019). "Tourism as a Livelihood Diversification Strategy Among Sámi Indigenous People in Northern Sweden". *Acta Borealia*, Volume 36, No.1,. DOI: 10.1080/08003831.2019.1603009.
- Marques, L. (2012). "Boosting Potential Creative Tourism Resources : The Case of Siby (Mali)". *Journal of Tourism Consumption and Practice*, 4(2), p. p.111-128.
- O'Connor, N. (2002). "The Importance of Integrated Tourism Planning". Association of European Schools of XVI AESOP (Association of European Schools of Planning) Congress - Tourism Planning, p. 16. Greece: 2 Juli 2002.
- Ohridska-Olson, R. (2009). "Country Branding From A Global Cultural Tourism Perspective". Rossitza Ohridska-Olson. Diakses pada 15 Januari 2020. Dapat diakses di <https://cultural-realms.com>.
- Richards, G. and Wilson, J. (2007). *Tourism, Creativity and Development*. New York: Routledge.
- Richards, G. (2011). "Creativity and Tourism: The State of the Art". *Annals of Tourism Research*, Volume 38 (4), pp. 1225-1253. DOI: 10.1016/j.annals.2011.07.008.
- Sukarini, N. W., Beratha, N. L., dan Rajeg, I. M. (2019). "Industrialisasi Seni Kriya di Desa Mas, Gianyar". *MUDRA Jurnal Seni Budaya* Volume 34, Nomor, pp. 45-52.
- Tao, T. C. H. dan Wall, G. (2009). "Tourism as a Sustainable Livelihood Strategy". *Tourism Management*, Volume 30(1), pp. 90-98. DOI: 10.1016/j.tourman.2008.03.009.
- Tavallae, S., Asadi, A., Abya, H., dan Ebrahimi, M. (2014). "Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach". *Management Science Letters*, Volume 4, pp. 2495-2502. DOI: 10.5267/j.msl.2014.11.008.